التسويق الشبكي: خلاصة ما قيل وما يقال، عن وهم الربح و حقيقة الاحتيال

بسم الله الرحمن الرحيم. الحمد لله وحده والصلاة والسلام على سيدنا محمد، من عُرِف بالتاجر الأمين قبل بعثته، وبالرسول الرؤوف الحريص على المؤمنين بعدها.

أما بعد، فإن هذا خلاصة لبحث متواضع ليس إلا، مع ذكر جميع المصادر، التي في جلِّها أجوبة لعلماء معاصرين، منهم من جمع بين الفقه والاقتصاد (الدكتور سامي السويلم، الدكتور الشيخ عبد الله بن ناصر السلمي...) ومنهم من عُرِف بفتاواه المتميزة باحتكاكه بالناس وميله لقضاياهم (الدكتور محمد العريفي، الشيخ عبد الله المصلح...) والذي تخلله تحليل متواضع للعملية من النواحي الاقتصادية والمصلحة الوطنية. فهذه ليست فتوى ولا رأي لأني أبعد عن ذلك مسافة الله تعالى أعلم بها وإنما "خلاصة" (Compilation) صرفة.

أقترح عليكم، أحبتي، أن نتناول الموضوع إذن عبر المحاور التالية:

1- السياق
2- الفرق بين التسويق الهرمي والتسويق الشبكي
3- نشأة التسويق الشبكي ودخوله البلدان الإسلامية
4- ادعاءات النظام الشبكي الغير السليم
5- فتاوى العلماء وأخصائيوا الفقه الاقتصادي في الإسلام
6- التسويق الهرمي/الشبكي في الدول المتقدمة
7- آثار التسويق الشبكي على الاقتصاد الوطني وإنتاجية الفرد المسلم
8- خلاصة ودورنا كشباب مسلم: لنكن عمليين
9- قائمة بأسماء بعض الشركات (بغض النظر عن مدى حلية نظامها)
10- روابط مرجعية

وقبل أن نتقدم، أذكر نفسي والقارئ الكريم بأهمية أن نضع المواقف المسبقة جانبا، سواء المتعصبَ لمشروعية التسويق الشبكي كليا، أو عند بعض الشركات، أو كذلك المتعصِّب لحرمته. فرويدا رويدا...لنجعل الكلام ومعانيه تدخل العقل لا القلب، لنجعل طاعة الله واتقاء الشبهات في معاملاتنا فوق الهوى، ولنذكر أن الأصل في الأشياء الإباحة، ولنذكر كذلك أن الله سبحانه لا يحب أن يعبد عن جهل، وكلما كان الأمر معقدا كلما لزمنا التروي والتأني..وبالله التوفيق

1- السياق

في عام 2006، جاءني أحد الأصدقاء يدعوني للانضمام لشركة (4ever) فلم أستسغ الفكرة التي تقول بالأرباح الخيالية بجهد غريب، أن تقوم ببيع فكرة الانضمام لأشخاص آخرين..كلما أقنعت عددا كبيرا بالانضمام وأن يقوم هؤلاء بلعب نفس الدور مع آخرين كلما زادت عمولاتك الشهرية (commissions). فلم أجبه

في فبراير 2013، يعود نفس الصديق العزيز بالاتصال بي: "خويا حميد، كاين مشروع جديد" ** " و 4ever ?" ** "لا، فوريفر ماشي تا لهيه..كاين ما أفضل: فورلايف 4life"

التقينا في أحد الفنادق بالدار البيضاء وشرحو لنا الأمر وكانت تكرر الكلمات التالية: "استقلالية مادية، ثقافة جديدة، الفكر المقاولاتي، كفى من شراء المنتجات بتحمل تكاليف الوسطاء، مرحبا بالبيع المباشر...." كلمات غاية في البريق..لكن لم أستسغ الأمر من جديد وكانت تحدثني نفسي بأن هناك أمرا مريبا (سنرى التفاصيل في التالي من السطور)

وهنا، وبعد أن اتصل بي أصدقاء أعزاء آخرون في شهر نونبر الماضي...قررت أن أبحث في الموضوع.

لقد كان صديقي يردد: "هل تعرف فلانا؟ إنه معروف بالصدق والعمل الخيري وهو من منخرطي تلك الشبكة/الشركة" أو كذلك "أنا اتصلت بالشيخ المغربي الفلاني وقال لي إن هناك خلافا بين العلماء في المسألة.."

باختصار، كان هناك عطشا لم تروه كل تلك الإجابات المجملة و غير الدقيقة (réponses sommaires) والحال أن انخراطا والتزاما ضخما (في الأفق، مئات المنخرطين بل الآلاف وأكثر ممن سنكون سببا في توريطهم ربما) كهذا، ما ينبغي لنا أن نؤسسه على هذا التسرع والأساس الهش.

2- الفرق بين التسويق الهرمي والتسويق الشبكي

التسويق الشبكي Marketing de réseau (أو حسب الشركات التي تستعمله بمسميات مختلفة: التسويق العلاقاتي Marketing Relationnel، التسويق المتعدد المستويات Marketing à Paliers Multiples، التسويق بالالتقاط Marketing par Cooptation، أو ما يسمى بالانجليزية Multi-Level Marketingأو MLM...) يقصد به ما يلي:

"بنية مبيعات، يكون للبائعين فيها (الموزعين) إمكانية احتضان بائعين جددٍ (أبناء/أتباع/لواحق)، فيتم مكافأتهم بعمولات (commissions) تحسب بنسبة مئوية من مبيعات "أبنائهم". وهكذا لا يتحمل التسويق الشبكي التكاليف التقليدية لدى الشركات الطبيعية كتكاليف التشغيل (recrutement) والتكوين والإشهار، حيث يعوض كل هذا بالاتصال المباشر (bouche à oreille)"

يختلف التسويق الشبكي عن الهرمي في النقاط التالية:

1/ أن التسويق الشبكي يقوم على بيع منتجات معينة. بينما لا تجد هذا في التسويق الهرمي. أو قد تجد منتجات بدون قيمة حقيقية.

ملاحظة: عدد من الشركات تمارس التسويق الهرمي ولكن بصورة فيها احتيال، حيث تقدمه على أنه "Multi-Level Marketing" وهو ليس كذلك.

2/ التسويق الشبكي تمارسه شركات في عمرها سنوات عديدة وتعرف نموا ثابتا، غالبا على المستوى الدولي. منتجاتها وخدماتها معروفة بجودتها العالية

بينما التسويق الهرمي تمارسه شركات حديثة. إنها تلجأ لهذا الأسلوب لأنها غالبا ما يكتشف أنها تقوم فقط بسرقة أموال الناس فسرعان ما يختفي مؤسسوها ليبدؤوا في مشروع آخر بمسمى جديد

3/ إن شركة التسويق الشبكي لا تكافئ المنخرط على عملية ضمه لمنخرط جديد (recrutement). فهي تكافئهم فقط على المبيعات التي قاموا بها أو قام بها أتباعهم. كما أنها لا توزع هدايا (bonus) إلا نسبة مئوية من حجم مبيعاتها وذلك على كل الذين ضموا أتباعا جددا، كوسيلة لمكافأتهم على الوقت والجهد اللذين قضوهما في تكوين أتباعهم ومواكبتهم

بينما تقوم الشركة الهرمية بصرف نقود لكل من ضم منخرطا جديدا، فقط لأجل هذا الضم (دون المبيعات)

4/ تطلب الشركة الشبكية من المنخرط الجديد مبلغا متوسطا (1600 درهم إلى 3300 درهم) كاستثمار أولي واجب، مقابل تزويده بالدعامات التسويقية (Matériel de promotion) وبعض المنتجات ليبدأ البيع

بينما الشركة الهرمية تطلب منه مبلغا ضخما (33.000 درهما إلى 156.000) لا يكون بالضرورة مقابل منتجات معينة. ويصعب عليه في هذه الحالة استرداد المبلغ في أجل معقول كما يمنعه من التراجع إذا ما فكر جيدا بعد انخراطه

5/ في النظام الشبكي، يمكن لمنخرط معين أن يصبح يوما ما يربح أكثر من "سابقيه" بل قد يربح مثل رأس الهرم

لا يمكن أبدا أن يستوي مع رأس الهرم والسابقين فيه من انخرطوا متأخرين

3- نشأة التسويق الشبكي ودخوله البلدان الإسلامية

نشأ التسويق الشبكي بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1940 وتم تداوله والدعاية له بشكل كبير من طرف شركة Tupperware. ومن ثم عرف نموا مضطردا ليحل بجميع بلدان العالم تقريبا.

يشرح الدكتور سامي السويلم، كيف أن التسويق الشبكي ما هو إلا تحوير للتسويق الهرمي، قائلا إن:

" 1/ هذه الشركات أول ما بدأت، وهي فكرة قديمة، بدأت في شكل اشتراكات مالية: الشخص (أ) مُطلق المشروع الاشتراكي يبحث عن شخص (ب)، يشترك معه عن طريق دفع مبلغ مالي معين، و (ب) يبحث بالمثل عن شخصين (ج) و(د) وكلا هذين يبحثان عن شخصين آخرين وهكذا..فيتكون مثلُ الهرم من الأعضاء المشتركين. والذين في الطبقات الدنيا يدفعون رسوما للطبقات العليا، هؤلاء يكسبون عمولات من الطبقات الدنيا التي تبحث بدورها عمن تكسب منهم وهكذا..إلى ما لا نهاية. لقد كانت الفكرة في البداية بدون سلع وبدون أي منتجات، بل مجردَ اشتراكات. ثم وقفت ضدها الحكوماتُ والدول، لمـا فيها تغرير من خلال وعود بمبالغ طائلة، بينما في الغالب أنت لا تكسب، بل تخسر، لأنك لا تدري أين سيصل الهرم وهل فعلا ستستطيع أن تغطي رأسمالك.

2/ والتفافا على هذا المنع، قررت هذه الشركات ألا تقتصر على الاشتراكات، فأضافت لها منتجات، سلعا غذائية، مواد طبية، تجميلية..إلخ مما قد يكون منتجات حقيقة ولكن في الحقيقة إنما جاءت كستار للعملية الأولى التي كانت ممنوعة...

3/ فغيروا تسمية نظامهم من "هرمي" إلى "شبكي"

4/ هذه الشركات التي بدأت بالولايات المتحدة الأمريكية، صارت تبحث عن استغلال بعض الثغرات القانونية، مقدمة نفسها أنها شركات تسويق، وأنها تعطي عمولات تسويق لموزعيها، فصار هناك نزاعات قانونية، مثلا في الولايات المتحدة الأمريكية، بينها وبين وزارة التجارة الأمريكية، فتارة كانت تربح تلك الشركات وتارة وزارة التجارة...

5/ ثم انتقلت للدول العربية مقدمة نفسها بذلك الشكل الجديد القديم " انتهى كلام الدكتور

4- ادعاءات النظام الشبكي الغير السليم

لقد زدت عمدا وصف "الغير السليم"، لأنه قد يكون هناك نظام شبكي سليم من الناحيتين الشرعية (كما سنرى في المحور 5) و القانونية (الاقتصادية والمنافساتية الشريفتين). وإلا فلنلاحظ الادعاءات التالية، على سبيل المثال لا الحصر:

1/ النظام (س) يهدف لتقديم المنتجات بدون هامش ربحي كبير وبأقل تكلفة لكونه يتفادى الوسائط التجارية وتكاليف الإشهار وتكوين الموزعين، ليقتصر فقط على البيع المباشر

⇐ طيب، وماذا عن العمولات بالنسب المئوية التي يتقاضاها من هم في مستويات عليا على كل منتج تم بيعه، ونتحدث هنا عن مستويات وليس مستوى واحد !!

⇐ لنأخذ مثالا عن شركة فورلايف التي تبيع منتجا يُقدَّمُ على أنه مُقـوٍّ للمناعة بشكل خارق، تباع العلبة الواحدة منه ب 500 درهمٍ..بينما لا يتجاوز متوسط المكملات الغذائية في السوق الدوائية وشبه الدوائية بالمغرب 200 درهم. وهذه ال500 درهم هي ثمن الشراء فبكم سيبيع صاحبنا المنتج؟ رد علي صاحبنا كالتالي: "أبيعه بنفس الثمن، لأن ثمنه ما زال مرتفعا بالمغرب" !!!! فهو يقر بارتفاع ثمنه + أنه لا يربح شيئا على البيع ... فأي نشاط هذا؟؟؟

2/ منخرط النظام (ع) لما يدعوك لحضور شرح تقديمي لنظامه الشبكي (الهرمي) ، فهو، كما ستلاحظون، يكرر: "نحن لا ندعوك للانضمام، تعال فقط تعرف على المشروع"

⇐ أليس هذا هو التدليس والكذب بعينه: الله أكبر، إنه ينشر الخير لوجه الله !! وهو يعلم أنه من خلال حديثه عن الأرباح الخيالية والاستقلالية المادية المزعومة، سيسيل لعاب الكثيرين لها.. وينضموا إذا توفرت لهم الإمكانات المادية الأولى. فتكون فريستهم الأولى موظفين "قهرهم الزمان" لمحدودية الدخل، طلبة في مقتبل العمر يبحثون عن مدخول مادي، أجراء في شركات خاصة من مهندسين وأطر ممن يرون تنمية مسارهم المهني أمرا صعبا إما لنوعية تكوينهم المتواضع أو لانطلاقة متعثرة أو أو...

3/ المروّجون للنظام (ف) يزعمون أنهم ليسوا هناك من أجل الربح فقط، بل إن هناك ثقافة جديدة وتكوينا في التنمية البشرية.

⟸ كأنما من أجل هذا أساسا جاؤوا أو أن ذلك لا يوجد إلا في هذه الشبكة، وعن أي جودة في تلكم التكاوين يتحدثون؟

4/ في النظام (ق) ستتمكن من تحقيق استقلاليتك المادية وتأسيس شركتك

⟸ بعد كم سنة؟ بل بعد كم عقود من الزمن؟ أهي الوسيلة الوحيدة لذلك: لا يوجد لا توفير، ولا اشتراك مع أصدقاء، ولا قرض من العائلة، ولا ولا...؟؟؟

⟸ وماذا عن تركيزك في العمل: إذا كنت تضع رِجلاً هنا و رِجلاً هناك، باعتبار المجهود الذي تفرضه الشركة (ق) من خلال الاشتغال ساعة على الأقل كل يوم (7 ساعات في الأسبوع)

5/ العمولات المقدمة هي في مقابل جهد حلال

⟸ طيب: حلال، يدور على ماذا؟ حلقة غير منتجة !! على أكل أموال الناس؟؟ بهذا ستجمع ثروتك؟ وماذا عن اقتصاد بلادك؟ وماذا عن المنافسة الشريفة المنتجة؟ وما هي حاجة الناس لمنتج يكلفهم 500 أو 720 درهما لتقوية مناعتهم؟ هل هناك حاجة ماسة لهذا؟ أم هو ترف وتبذير؟ أم هو شيء آخر لا يذكر؟

6/ أسئلة أخرى:

⟸ لماذا يتعين عليك دفع ضريبة الدخول لتصبح منخرطا، أي نوع من أنواع العقود في الإسلام يدخل هذا؟ أهي سمسرة والسمسرة ليست كذلك؟ أهي ربـاً؟ لأنك تدفع مالا من أجل منافع مالية؟ أهي تمثيل تجاري؟ إذا كان كذلك فهل هو التمثيل التجاري الموافق للشرع؟

⇐ لماذا يتعين عليك استهلاك المنتجات (بل في الحقيقة دفع مبلغ مالي) كل شهر لكي تستفيد من العمولات؟ أليس هذا أكبر دليل على أن الأمر يتعلق بمتاجرات في الأموال (أي أننا نرجع للنظام الهرمي المُقنَّـــع (masqué) كما تقدم في المحور 3 مع الدكتور سالم السويلم)؟

5- فتاوى العلماء المعاصرين وأخصائيي الفقه الاقتصادي في الإسلام

الشيخ الدكتور عبدالله السلمي:

التسويق الشبكي جائز ما حقق شروطا ثلاثة:

1- ألا يشترط على المنخرط الجديد شراء السلعة
2- ألا تزيد السلعة عن قيمتها المعتادة
3- ألا يشترط أن يدفع مبلغا للدخول في التسويق

غير أني أرى، وأنا مطمئن لما أقول، أن هذه الشروط لا يمكن أن تتحقق في التسويق الشبكي. بل الشركات العاملة عموما في هذا النظام تقوم بكل بساطة بأكل أموال الناس بالباطل، وهذا لا يجوز. وكل ما في الأمر أن المقصود ليست المنتجات التي يبيعونها لذاتها، إنما المقصود لدى تلك الشركات أكل أموال الناس (بالباطل).

الدكتور سامي بن إبراهيم السويلم

توجد شركة إنتاج إعلامي إسلامية تعرض مجموعات من شرائط الكاسيت والاسطوانات بقيمة (100) جنيه، وعندما تشتري منها تسجل رقماً فإذا أقنع المشتري مشتر آخر ليشتري مجموعة بقدر (100) جنيه فإن الداعي يأخذ عمولة (12%) وإذا أحضر الذي دعاه فرداً جديداً يشتري يأخذ الأول نسبة (8%) عن الثاني أي حلقة متسلسلة وهكذا كلما أتى فرد جديد يأخذ المشتري للأول نسبة ما،

فهل يجوز للمرء ترويج هذه الفكرة؟ علماً بأن المنتجات كلها إسلامية، كما أن المشتري يأخذ عمولة بدون شرط، أي: لا يشترط إتيانه بعدد معين.

⇐الجواب

هذا البرنامج يشترط للتسويق أن يتم شراء منتجات الشركة، وبدون شراء المنتجات لا يستحق الشخص العمولات، وهذا اشتراط لعقد الشراء في عقد السمسرة، ومعلوم أن السمسار لا يهدف أساساً لشراء المنتجات التي يسوقها، بل هو مجرد سمسار، ولذلك فإن هذا الشرط ينافي مصلحة المسوق، فيكون داخلاً في النهي النبوي عن بيعتين في بيعة.

وحقيقة الأمر أن اشتراط الشراء في السمسرة، يعني: أن من يرغب في السمسرة لا بد أن يدفع مالاً لكي يسوق، وهو يسوق لكي يحصل على عمولات من الشركة المنتجة، فيؤول الأمر إلى أن يدفع المسوق نقوداً للشركة مقابل نقود لا يدري هل يحصل عليها أم لا، فهو بهذا عقد غرر من جهة، وربا من جهة أخرى، فإذا أرادت الشركة تجنب هذه الإشكالات يجب ألا تشترط شراء المنتجات على من يريد التسويق، فمن يرغب في الشراء فقط يمكنه الشراء، ومن يرغب في التسويق فقط يمكنه التسويق دون دفع أي رسوم أو مبالغ مالية، حتى لو كانت مقابل المنتجات، والله تعالى أعلم.

اسأل نفسك :-

هل اشترطت علي الشركة شراء المنتج للدخول في النظام التسويقي ؟

هل ممكن أشتري المنتج دون الدخول في النظام التسويقي؟

هل ممكن أدخل النظام التسويقي دون شراء المنتج؟

أجب على نفسك وأحكم.

الشيخ الدكتور عبدالله المصلح:

1/ أن تأتيك مثلا شركة أقلام تعرض علي شراء قلم معين. لا بأس إن أعجبك أن تشتريه مادامت بضاعة حلالا لتنتفع بها.

2/ أن تقوم أنت بدعوة شخص آخر لشراء ذلك القلم: "هذا قلم جيد وكذا...وأريدك أن تشتري فأكون وسيطا بينك وبين الشركة". لا بأس أن تأخذ عمولتك لأن لك وساطة مباشرة.

3/ لكن أن يأتي ذلك الشخص الثاني فيقنع ثالثا بشراء قلم الشركة، بهامش معين، فكيف لي أن آخذ عمولة على وساطة أنا عنها بعيد (غير مباشرة)

⇐ هذه شركات لعب وخداع.. وهي شركات تأتي بمسميات مختلفة (تسويق شبكي، شجري...) ..احذروها...الإسلام لا يبيع أوهاما. إما أن تبيع وتشتري بنفسك، فتكون لك وساطة مباشرة، أما أن ينتفع المنتفع من المنتفع إلى المنتفع إلى أبينا آدم فهذا لا يجوز..

<u>الشيخ الدكتور خالد المصلح:</u>

لما نظر العلماء في مسألة التسويق الشبكي، اختلفوا: منهم من حاول أن يجد لها توصيفا ضمن العقود المعهودة في الفقه الإسلامي، فمن هؤلاء من قال إن هذا عقد سمسرة، ومنهم من قال إن هذا عقد جعالة، ومنهم من قال إن هذا عقد وكالة بأجر، ومنهم من جعل التسويق الشبكي معاملة تتضمن الربا، لأنه يدفع مالا مقابل فوائد مالية، ومنهم من جعله من ضمن القمار والميسر، ومنهم من جعله عقد جديد خارج عن المألوف ينظر إليه بنظر مستقل الأصل فيه الإباحة ويبحث فيه عن أسباب التحريم.

بعد هذه المرحلة (التكييف الفقهي)، انتقل العلماء لمرحلة الحكم.

وهنا كان للعلماء قولان:

1/ القول الأول وهو قول جماهير العلماء من هيئات شرعية مختلفة المشارب والدول والفقه: التسويق الشبكي نمط من أنماط المعاملات المحرمة. ومن هاته: مجمع الفقه السوداني، اللجنة

الدائمة السعودية، دار الإفتاء في الأردن، الأمانة في دار الإفتاء المصرية، وهي هيئات معروفة بقامتها في العالم.

الأسباب:

- **الإغراء (أو التغرير) والغش والتدليس، تحفيز الناس بوعود، هي غير حقيقية في الغالب. وهو من أنواع التدليس والغش وقد حرمه رسول الله صلى الله عليه وسلم. إيهام الناس بأرباح ومكاسب هي غير حقيقية.**
- **الغرر والقمار والميسر. (في اللغة: أمرر غرر= مجهول العاقبة). والسلعة ليست مقصودة لذاتها، فيأتي العميل مؤملا كسبا معينا وأرباحا. لذلك فتجد في الدعايات وفي الشروح، التركيز منصب على عملية التسويق لا السلعة. فكل من يدخل (أو غالب من يدخل...)**
- **بعض العلماء قال بوجود الربا(ربا البيوع، الذي يتضمن ربا الفضل وربا النسيئة). دفع المال اليوم من أجل منافع مستقبلية. إلا أني لا يظهر لي من الربا**
- **أسباب أخرى**

2/ القول الثاني: الأصل في الأشياء الإباحة. وهذ القول يُردُّ عليه بوجوب أسباب التحريم. وحتى لو سلمنا بالتكييفات الفقهية التي قدموها (إجارة، سمسرة..) فكل هاته تكييفات مناقشة: هل هي سمسرة جائزة/محرمة؟ هل هي إجارة جائزة/محرمة؟ والحال أنها محرمة لوجود الغش والتدليس.

من جهة أخرى، ولو اختلف البعض في الفروق بين التسويق الشبكي، والتسويق الهرمي، لكن أغلب الفقهاء على تحريم التسويق الشبكي، كونه لا يختلف كثيرا عن الهرمي. والذي يظهر لي بعد التأمل والدراسة، إذا كان التسويق الشبكي يقوم على:

- **تسويق حقيقي (لسلع مقصودة،مرادة)**
- **ليس فيه تغرير.**

فالقول بمنعه محل نظر. ثم إنه في الحقيقة ، الإشكالية في الممارسة، فكثيرمن الشركات التي تمارسه، ليست لديها سلع مقصودة لذاتها، وإنما غرضها استنزاف أموال الناس

<u>دارالإفتاء المصرية (نقلا عن الشيخ الدكتور خالد المصلح):</u>

1/في بداية الأمر أفتت بالإباحة استنادا إلى القاعدة السابقة أعلاه، لكنها ضمنت فتواها محاذير وشروط، أنه يجب أن يحذرمن كذا وكذا.. مما قد يخرج بالمعاملة إلى التحريم. الواقع أنه لا يوجد تسويق شبكي سليم من تلك المحاذير،

2/ فعادت بعد ذلك (بعد سنة تقريبا) نفس دارالإفتاء لتفتي بالتحريم لأنها وجدت أن في التطبيق لا يسلم التسويق الشبكي من أسباب التحريم.

<u>فتوى اللجنة الدائمة - المملكة العربية السعودية</u>

هذا النوع من المعاملات محرم، وذلك أن مقصود المعاملة هو العمولات وليس المنتج، فالعمولات تصل إلى عشرات الآلاف، في حين لا يتجاوز ثمن المنتج بضع مئات، وكل عاقل إذا عرض عليه الأمران فسيختارالعمولات، ولهذا كان اعتماد هذه الشركات في التسويق والدعاية لمنتجاتها هو إبرازحجم العمولات الكبيرة التي يمكن أن يحصل عليها المشترك، وإغراؤه بالربح الفاحش مقابل مبلغ يسيرهو ثمن المنتج، فالمنتج الذي تسوقه هذه الشركات مجرد ستاروذريعة للحصول على العمولات والأرباح، ولما كانت هذه هي حقيقة هذه المعاملة، فهي محرمة شرعاً لأمور:

أولاً: أنها تضمنت الربا بنوعيه، ربا الفضل وربا النسيئة، فالمشترك يدفع مبلغاً قليلاً من المال ليحصل على مبلغ كبيرمنه، فهي نقود بنقود مع التفاضل والتأخير، وهذا هو الربا المحرم بالنص والإجماع، والمنتج الذي تبيعه الشركة على العميل ما هو إلا ستارللمبادلة، فهو غيرمقصود للمشترك، فلا تأثيرله في الحكم.

ثانياً: أنها من الغرر المحرم شرعاً، لأن المشترك لا يدري هل ينجح في تحصيل العدد المطلوب من المشتركين أم لا؟ والتسويق الشبكي أو الهرمي مهما استمر فإنه لا بد أن يصل إلى نهاية يتوقف عندها، ولا يدري المشترك حين انضمامه إلى الهرم هل سيكون في الطبقات العليا منه فيكون رابحاً، أو في الطبقات الدنيا فيكون خاسراً؟ والواقع أن معظم أعضاء الهرم خاسرون إلا القلة القليلة في أعلاه، فالغالب إذن هو الخسارة، وهذه هي حقيقة الغرر، وهي التردد بين أمرين أغلبهما أخوفهما، وقد نهى النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عن الغرر، كما رواه مسلم في صحيحه.

ثالثاً: ما اشتملت عليه هذه المعاملة من أكل الشركات لأموال الناس بالباطل، حيث لا يستفيد من هذا العقد إلا الشركة ومن ترغب إعطاءه من المشتركين بقصد خدع الآخرين، وهذا الذي جاء النص بتحريمه في قوله تعالى: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ {النساء: 29}.

رابعاً: ما في هذه المعاملة من الغش والتدليس والتلبيس على الناس، من جهة إظهار المنتج وكأنه هو المقصود من المعاملة والحال خلاف ذلك، ومن جهة إغرائهم بالعمولات الكبيرة التي لا تتحقق غالباً، وهذا من الغش المحرم شرعاً، وقد قال عليه الصلاة والسلام: من غش فليس مني .رواه مسلم في صحيحه وقال أيضاً: البيعان بالخيار ما لم يتفرقا، فإن صدقا وبيّنا بورك لهما في بيعهما، وإن كذبا وكتما محقت بركة بيعهما .متفق عليه، وأما القول بأن هذا التعامل من السمسرة، فهذا غير صحيح، إذ السمسرة عقد يحصل السمسار بموجبه على أجر لقاء بيع السلعة، أما التسويق الشبكي فإن المشترك هو الذي يدفع الأجر لتسويق المنتج، كما أن السمسرة مقصودها تسويق السلعة حقيقة، بخلاف التسويق الشبكي فإن المقصود الحقيقي منه هو تسويق العمولات وليس المنتج، ولهذا، فإن المشترك يسوِّق لمن يُسوِّق لمن يُسوِّق، هكذا بخلاف السمسرة التي يُسوق فيها السمسار لمن يريد السلعة حقيقة، فالفرق بين الأمرين ظاهر، وأما القول بأن العمولات من باب الهبة فليس بصحيح، ولو سُلِّمَ فليس كل هبة جائزة شرعاً، فالهبة على القرض ربا، ولذلك قال عبد الله بن سلام لأبي بردة رضي الله عنهما: إنك في أرض، الربا فيها فاش، فإذا كان لك على رجل حق فأهدى إليك حمل تبن أو حمل شعير أو حمل قَتٍّ فإنه ربا .رواه البخاري في الصحيح. والهبة تأخذ حكم السبب الذي وجدت لأجله ولذلك قال عليه الصلاة

والسلام. في العامل الذي جاء يقول: هذا لكم وهذا أهدي إلي، فقال عليه الصلاة والسلام: أفلا جلست في بيت أبيك وأمك فتنظر أيهدى إليك أم لا؟ متفق عليه. وهذه العمولات إنما وجدت لأجل الاشتراك في التسويق الشبكي، فمهما أعطيت من الأسماء، سواء هدية أو هبة أو غير ذلك، فلا يغير ذلك من حقيقتها وحكمها شيئاً.

ومما هو جدير بالذكر أن هناك شركات ظهرت في السوق سلكت في تعاملها مسلك التسويق الشبكي أو الهرمي مثل شركة: سمارتس واي، وشركة: جولد كويست، وشركة: سفن دايموند. وحكمها لا يختلف عن الشركات السابق ذكرها، وإن اختلفت عن بعضها فيما تعرضه من منتجات. وبالله التوفيق، وصلى الله على نبينا محمد وآله وصحبه

6- التسويق الهرمي/الشبكي في الدول العربية الأخرى والدول المتقدمة

المملكة العربية السعودية وسوريا والعراق:

التسويق الشبكي تم منعه بالقانون. فقد أكدت وزارة التجارة والصناعة منع التسويق الهرمي أو الشبكي، باعتباره من الأنشطة المحرمة دولياً، والتي لا تقوم الوزارة بتسجيلها في السجل التجاري لما فيها من تغرير وخداع وأكل لأموال الناس بالباطل. وأكدت مصادر من الوزارة ذاتها أنها ستعاقب الذين يتعاطون هذا النشاط أو يروجون له طبقا للقانون

وأبلغت الوزارة جميع الغرف التجارية في المملكة نشر المنع وتعميمه على منسوبيها، والتأكيد على المؤسسات والشركات بعدم مباشرة هذا النشاط وكذلك التأكيد على الفنادق بعدم السماح بتنظيم أي تجمعات أو لقاءات للترويج عن هذه الأنشطة..

الولايات المتحدة الأمريكية:

كانت وزارة التجارة الأمريكية الأولى في العالم التي حاربت هاته الشركات وتابعتها قضائيا. فكانت مرة تربح القضية الوزارة وتارة تلك الشركات التي حاولت أن تغير من طرق عملها لتلتف على القوانين الجاري بها العمل هناك أو في دول أخرى

كندا

سنت الحكومة الكندية قانونا للمنافسة شمل بنودا خاصة بالتسويق الشبكي والتسويق الهرمي. وتركت للقضاء تقدير العقوبة الحبسية التي يعاقب بها كل من خالف الشروط المقننة لهذين النمطين من التسويق، من سنتين (2) سجنا إلى 5 سنوات قصوى. والشروط هي:

- ألا يشترط على المشاركين دفع مبلغ مالي مقابل عمولات على إقناعهم أشخاصا بالانضمام
- ألا يشترط على المشاركين شراء كمية معينة من المنتجات، لغاية الإشهار، بثمن غير التكلفة الحقيقية
- أن يكون للمشترك إمكانية إرجاع المنتجات للشركة بالشروط التجارية العادية في السوق (نسبة الخصم...إلخ)

فرنسا

حسب قانون المستهلك (قانون رقم 95-96)، وفي الفصل الخاص بالتسويق الشبكي، يمنع أخذ مبلغ مالي من منخرط معين كضريبة انضمام أو كمقابل لتزويده بالدعامات التسويقية، إذا كان هذا المبلغ يعود بالنفع (عمولات) على منخرطين آخرين في النظام التسويقي.

كما يمنع بحسب الفصل والقانون نفسيهما تزويد منخرط معين بسلع يمنع عليه إرجاعها مقابل خصم عاد (لا يجب أن يتجاوز 10%) غير أن هذه الضمانة يمكن أن تحدد في سنة واحدة بعد عملية البيع.

7- آثار التسويق الشبكي على الاقتصاد الوطني وإنتاجية الفرد المسلم

لا شك أن انتشار التسويق الشبكى يمثل خطراً داهماً وتحدياً حقيقياً أمام الاقتصاد الوطنى إذا لم نحسن استغلاله والاستفادة منه كفرصة سانحة للتجارة والاستثمار، حيث يحمل فى طياته العديد من التأثيرات أهمها:

- ⇐تدنى قيمة عملات الدول الإسلامية، نتيجة زيادة الطلب على الدولار لتمويل شراء السلع المُسوقة من خلال التسويق الشبكى
- ⇐الإضرار بالصناعة المغربية لأن التسويق الشبكى يشجع شراء المنتجات الأجنبية والتى تتواجد بالفعل فى السوق المحلي وتنافس المنتج المغربي.
- ⇐تراجع الاستثمارات الأجنبية الداخلة إلى المغرب وهروب الاستثمارات إلى الخارج
- ⇐زيادة العجز التجاري المغربي
- ⇐شيوع ثقافة التواكل بين أفراد المجتمع واللهث وراء الربح السريع دون بذل أى مجهود وبغض النظر عن مصلحة الوطن، مما يؤثر كذلك على الكفاءات الوطنية وينقص من الإنتاجية.
- ⇐زيادة أعداد المهمشين والفقراء فى المجتمع وارتفاع معدلات البطالة نتيجة تضخم أرباح فئة معينة من الشعب تمتلك الإمكانية والفرصة لجني أرباح بشكل غير مقنن.
- ⇐شيوع ثقافة الاستهلاك بدون حاجة حقيقية.

8- خلاصة ودورنا كشباب مسلم: لنكن عمليين

الخلاصة في محورين: ما نتفق عليه كشباب مسلم وما اتفق عليه جمهور علمائنا في المسألة

1/ ما نتفق عليه كشباب مسلم:

- التجارة والمبادرات المقاولاتية خير من الإجارة

- الأمة تحتاج للجميع: أجراء، أطر أكفاء، أمناء، ومقاولون ناجحون، وتجار على هدي محمد صلى الله عليه وسلم
- الرزق عند الله، نأخذ بالأسباب نعم، لكن دون أن يصبح همنا في الدنيا الرزق فضلا عن المال والثروة: (وابتغ فيما آتاك الله الدار الأخرة ولا تنس نصيبك من الدنيا)
- الغاية لا تبرر الوسيلة، فالغاية شريفة والوسيلة نظيفة
- المال مقوم وعصب لأمة قوية، شرط لازم غير كاف (العلم والتقانة، الأخلاق،...)
- الأمور بالمآلات والأفق البعيد، ليس بالمخاضات ولا بالأفق المرحلي
- رأيي صحيح يحتمل الخطأ، رأيك خطأ يحتمل الصواب

2/ ما اتفق عليه جمهور علمائنا:

أن التسويق الشبكي، في ممارساته، يرجح فيه التحريم، (التفاصيل مبينة بوضوح في المحور الخامس أعلاه)

3/ لنكن عمليين

دعوة إلى كل مهتم بالأمر أن ندعو إلى تبني الأمر بوضوح على مستوع علمائنا وبرلمانيينا وكذا الوزارات الوصية (وزارة الصناعة والتجارة والاستثمار والاقتصاد الرقمي + وزارة العدل والحريات..) لتقنين هذا النمط ولم لا منعه إذا اقتضى الأمر وتبين أن "إثمه إكبر من نفعه"

9- قائمة بأسماء بعض الشركات (بغض النظر عن مدى حلية نظامها)

Goldmine International forever living products Avon Quest 4Life tviexpress dxn GANO EXCEL California vitamins Amway Herbalife Mary Kay	Partylite USANA Melaleuca Stampin Up Creative Memories Xango Quixtar Longaberger Isagenix Amsoil Tastefully Simple Nuskin Nikken	YTB Travel Shaklee Young Living Prepaid Legal Mia Bella Candles Pampered Chef Monavie Arbonne

10- روابط مرجعية

La commercialisation à paliers multiples et la vente pyramidale (Canada)	**http://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/01230.html**
وزارة التجارة والصناعة السعودية تمنع التسويق الشبكي	http://www.alarabiya.net/articles/2012/11/16/249895.html
«التجارة» لـ"الاقتصادية" : التسويق الشبكي احتيال .. وسنعاقب المخالفين	http://www.aleqt.com/2012/09/02/article_688677.html
La vente pyramidale est une escroquerie	http://fr.wikipedia.org/wiki/Vente_pyramidale
حكم التسويق الشبكي - الشيخ د. عبدالله السلمي	http://www.youtube.com/watch?v=Ij5swUzbBWU
سيرة الشيخ عبد الله بن ناصر السلمي	http://ar.islamway.net/scholar/2321
فتوى اللجنة الدائمة بشأن التسويق الشبكي	http://fatwa.islamweb.net/fatwa/index.php?page=showfatwa&Option=FatwaId&Id=203089
الدكتور سامي السويلم - حكم التسويق الشبكي وعلته	http://www.youtube.com/watch?v=FjFb2XEIPfc
سيرة الدكتور / سامي بن إبراهيم السويلم	http://suwailem.net/AboutUS
العريفي والتسويق الشبكي	https://www.youtube.com/watch?v=nNjW7plVsR4
التسويق الشبكي والفرق بينه وبين الهرمي وبين المطلوب وبين الممارسة (خالد المصلح)	https://www.youtube.com/watch?v=fPDCiamwSMk
حكم التسويق الشبكي (تفصيل خالد المصلح)	https://www.youtube.com/watch?v=lyZdFUQdFIU
حكم التجارة الشبكية (كيونيت نموذجا) للعالم د.عبد الله المصلح	https://www.youtube.com/watch?v=jLmJzOHzSME
La Vente Multi-Niveau	http://fr.wikipedia.org/wiki/Vente_multiniveau

http://legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000187054	**Loi nº 95-96 du 1 février 1995 art. 13 Journal Officiel du 2 février 1995 (code Français de la Consommation)**
http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/C-34/	**Loi Candienne sur la concurrence ((L.R.C. (1985), ch. C-34**

وختاما، أذكركم أن هذا العمل المتواضع جدا، لا يعدو على كونه توليفة (compilation) لبحث متواضع، لم أقم به قاصدا تلك الشركة أو ذلك النظام، وإنما مساهمة في تنوير إخوتي أينما كانوا، بعد ما رأيته من تهافت أحيانا دون التريث...حتى أجابني أحدهم: "لن أتراجع مهما كانت نتيجة البحث فأنا متأكد ومطمئن لما أفعل" والحال أن منهج المسلم يقضي أن لا يغلق عليه الباب، بل أن يظل دوما مستعدا للميل للحق أينما وجد، ولشرع الله أينما اتضح.

إذا كان لديكم أي ملاحظة أو تصحيح أو استفسار، صدري لذلك يتسع في حدود طاقتي وقدراتي:

khailhamid@gmail.com

والحمد لله